

## Hubungan Antara Persepsi Terhadap Program CSR (Corporate Social Responsibility) dengan SWB (Subjective Well Being) pada Komunitas X di Yogyakarta

Antoni Firdaus<sup>1</sup>, Muslimah Zahro Romas<sup>2</sup>, Dewi Handayani Harahap<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Psikologi Umum  
Fakultas Psikologi, Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta  
Email: antonifirdaus69@gmail.com

### ABSTRACT

*Subjective Well Being (SWB) is a subjective assessment of one's life experience, which consists of a cognitive evaluation of satisfaction with life, happiness, peace, fulfillment of needs and affective assessment of positive and negative emotions. Corporate Social Responsibility (CSR) is a series of activities arranged and planned in the form of social responsibility from an organization or company as a form of contribution and directed to (internal) and external (external) to the company. Aims: This study aims to determine the relationship between the perceptions of the Corporate Social Responsibility (CSR) program with Subjective Well Being (SWB) in the community in the X Village of Yogyakarta. Method of this study is to use quantitative method. The subjects in this study were the communities around companies affected by CSR programs. Sampling is done by using conventional sampling (convenience sampling). The validity used is construct validity with the calculation of Product Moment Correlation developed by Karl Pearson with the help of SPSS. The results of this study are that there is a positive relationship between corporate social responsibility and Subjective Well Being can be accepted. This is indicated by the value of  $r_{xy}$  0.570 with a significance level obtained  $p = 0,000 < 001$ . The existence of a very significant positive relationship between Corporate social responsibility and Subjective Well Being can be accepted. This means that the higher the value of the corporate social responsibility program, the higher the Subjective Well Being. Conversely the lower the value of the corporate social responsibility program, the lower the Subjective Well Being.*

**Keywords: Corporate Social Responsibility, Subjective Well Being.**

### PENDAHULUAN

Setiap manusia menginginkan hidupnya tidak dalam tekanan serta merasakan kesejahteraan dalam hidupnya. Kesejahteraan dalam hidup termasuk bahagia. Kebahagiaan memiliki konsep yang luas, seperti emosi positif, pengalaman menyenangkan, kondisi emosional yang positif serta memiliki kepuasan hidup yang tinggi. Jika kebahagiaan didefinisikan secara keseluruhan maka kebahagiaan adalah evaluasi mengenai hidup termasuk semua kriteria yang berada dalam pemikiran masing-masing individu seperti bagaimana rasanya hidup yang baik, apakah sejauh ini hidup sudah sesuai dengan ekspektasi dan bagaimana mencapai hidup yang menyenangkan. Masing-masing individu juga memiliki cara pandang tersendiri dalam menilai kesejahteraan dalam hidupnya, sebagian akan merasa sejahtera jika memiliki penghasilan yang banyak, ada juga yang merasa sejahtera jika kebutuhan psikologis dan sosialnya terpenuhi seperti merasa bahagia, dan menerima dukungan sosial. Individu lain mungkin beranggapan bahwa dengan mensyukuri dan menikmati yang ada sudah membuatnya bahagia (Seligman, 2002). Kesejahteraan subjektif juga memiliki dampak yang positif dalam kehidupan. Seperti dalam yang diungkapkan dari sumber terkenal milik (Diener, 2000) seseorang yang memiliki SWB tinggi akan merasakan perasaan yang menyenangkan dan sedikit memiliki emosi yang negatif.

Sebaliknya, individu yang memiliki SWB rendah ditandai dengan ketidakpuasan terhadap hidup, mengalami sedikit kegembiraan, dan kerap merasakan emosi negatif seperti kemarahan dan kecemasan (Diener, 2000). Subjective Well Being masyarakat juga berkaitan dengan faktor lingkungan yang terdapat di sekitarnya. Lingkungan dimana seseorang tinggal tentu akan berpengaruh dengan kondisi kesejahteraan SWB mereka seperti masyarakat yang tinggal di dekat perusahaan atau masih dalam lingkup perusahaan. Kondisi tersebut merupakan sebuah faktor yang penting dan berpengaruh terhadap kesejahteraan SWB seseorang.

Perusahaan yang berdiri di pemukiman padat penduduk tentu harus memiliki upaya untuk memperhatikan masyarakat yang tinggal disekitarnya, terutama masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan. Upaya tersebut secara umum dapat disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha. Perusahaan yang merupakan sebuah entitas bisnis dinilai harus melaksanakan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat karena perusahaan itu bias muncul dan beroperasi karena berada pada lingkungan yang mendukungnya (Solihin, 2009).

Keadaan ini dapat diartikan sebagai sebuah harapan bagi masyarakat bahwa ketika di lingkungan mereka terdapat sebuah entitas bisnis, dalam hal ini adalah perusahaan, mereka berharap bahwa perusahaan tersebut tidak hanya berorientasi pada kegiatan utama mereka saja yaitu mengejar keuntungan. Namun masyarakat juga berkeinginan bahwa perusahaan tersebut juga berkontribusi terhadap pembangunan, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan. Sehingga apabila hal tersebut dapat dilakukan dengan baik maka eksistensi perusahaan juga akan diakui dan menjadikan hubungan timbal balik yang menguntungkan dengan masyarakat. Tetapi ketika hal itu tidak bias berjalan dengan baik maka yang akan timbul adalah resistensi baik dari masyarakat maupun lingkungan.

Hasil penelitian Aisyah (2018), dengan Judul : Pengaruh Program *Corporate social responsibility* (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Implementasi CSR PT. Pertamina Geothermal Energy (PGE) Desa Pagar Alam dan Desa Ngarip Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Mixed Methode. Menunjukkan bahwa variabel Program CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan hasil uji t yaitu sebesar 4,813 (hitung > t tabel 4.813 > 2,017) dengan nilai signifikan  $\alpha$  sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) di desa Pagar Alam dan untuk Desa Ngarip perolehan hasil uji t yaitu sebesar 5.303 (hitung > t tabel 5.303 > 2,017) dengan nilai signifikan  $\alpha$  sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ).

### **Subjective Well Being (SWB)**

Kesejahteraan subjektif atau yang biasa dikenal sebagai *subjective well-being* (SWB) merupakan salah satu pendekatan psikologi positif. Secara istilah, kesejahteraan subjektif merupakan istilah ilmiah dari kebahagiaan. Penggunaan istilah menggunakan kesejahteraan subjektif, bukan kebahagiaan dikarenakan untuk menghindari kerancuan, karena kebahagiaan dapat bermakna ganda (Diener, 2000). *Subjective well-being* (SWB) merupakan tingkatan derajat dimana individu memiliki penilaian dan perasaan positif tentang hidup mereka, dan memperlakukan sebagai kesatuan yang utuh (Lee & McCormick, 2004). Corsini (Puspitasari, 2005) menyebutkan SWB merupakan kesejahteraan subjektif yang terdiri atas kebahagiaan, ketahanan diri dan kepuasan hidup.

Menurut Rubin *et al.*, (2004), ada 4 dimensi yang mempengaruhi SWB individu yaitu : (a).

*Psychological well being*, Kesejahteraan psikologis yang berkaitan dengan penerimaan diri, kemandirian serta berkaitan dengan perasaan-perasaan positif dan perasaan negatif. (b). *Financial well being*, Kepuasan individu terhadap masa depan finansialnya. (c). *Family dan social well being*, Kemampuan individu dalam menjalin hubungan dengan orang-orang dalam komunitasnya lingkungan keluarga dan lingkungan sosialnya. (d). *Physical well being*, sebuah kondisi individu yang memiliki sikap positif terhadap dirinya sendiri dan orang lain.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi *Subjective Well Being* (SWB) (Diener, et. al., 2002), yaitu: (a). Faktor eksternal. Faktor eksternal mempunyai dampak terhadap terbentuknya SWB, seperti pekerjaan dan lingkungan sosial. (b). Faktor demografis. Faktor demografis seperti kesehatan, pendapatan, latar belakang pendidikan, dan status perkawinan merupakan hal-hal yang mempengaruhi SWB. (c). Faktor kebudayaan. Budaya memiliki pengaruh terhadap tercapainya SWB sehingga tidak dapat diabaikan melainkan tidak menetralkan karena individu memiliki kebudayaan yang berbeda.

### **Program Corporate Social Responsibility (CSR)**

Secara umum pengertian program adalah penjabaran dari suatu rencana, dalam hal ini program merupakan bagian dari perencanaan dan sering pula diartikan bahwa program adalah kerangka dasar dari pelaksanaan suatu kegiatan. Andersen, (dalam Westra 1989) mengatakan bahwa program adalah rumusan yang memuat gambaran pekerjaan yang akan dilaksanakan beserta petunjuk cara-cara pelaksanaannya. Nurhanifah (dalam Westra 1989) penyusunan program adalah penjabaran suatu rencana yang telah ditetapkan sedemikian rupa sehingga program kerja itu memiliki ciri-ciri operasional tertentu.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Hadi (2011) *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai: "*continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*". Definisi tersebut menunjukkan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Pengertian program *Corporate Social Responsibility* menurut Hadi (2011) adalah upaya untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat dengan melaksanakan kegiatan yang direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu dengan memperhatikan manajemen pelaksanaannya. Menurut Kotler dan Lee (2006) dalam (Kartini 2013). Program CSR adalah sebuah alternatif kegiatan yang dipilih dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan untuk mencapai keuntungan yang potensial. Salah satu alternatif menurut Kotler dan Lee (2006) adalah *Corporate Marketing*, yaitu perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye *corporate marketing* ini berfokus pada perubahan perilaku yang berkaitan dengan isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan, lingkungan serta ketertiban masyarakat.

Aspek Program CSR : (a). Aspek Sosial, Chahal dan Sharma (2006). Aspek sosial memiliki arti bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inti dari aspek sosial adalah *respect for people* atau menghargai orang lain. (b). Aspek Ekonomi, meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan. (c). Aspek lingkungan, Mardikanto (2014) Perusahaan harus menyadari semua aspek lingkungan langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan kinerja usahanya, penyerahan jasa, dan manufaktur produk.

Faktor-faktor Program CSR : *European Commission* (Darwin, 2008) CSR adalah tentang mengelola perubahan di tingkat perusahaan secara bertanggung jawab sosial yang dapat dilihat dalam dua dimensi yang berbeda: (a). Faktor Internal, praktik tanggung jawab sosial yang terutama berhubungan dengan karyawan dan terkait dengan isu-isu seperti investasi dalam modal manusia, kesehatan dan keselamatan dan perubahan manajemen, sedangkan praktek lingkungan yang bertanggung jawab terkait terutama untuk pengelolaan sumber daya alam dan penggunaannya dalam produksi. (b). Faktor Eksternal, CSR di luar perusahaan ke dalam masyarakat setempat dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti mitra bisnis, pemasok, pelanggan, otoritas publik dan LSM yang mewakili masyarakat setempat serta lingkungan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Ada hubungan positif antara persepsi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Subjective Well Being* (SWB) pada masyarakat di Desa X Yogyakarta.

## METODE

Untuk mengetahui hubungan antara variable independent dan variable dependent maka penganalisaan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment*, perhitungannya dilakukan dengan bantuan computer dengan paket *SPSS 25 for windows* yang digunakan untuk mengolah dan dan perhitungan data. Pengujian normalitas menggunakan tehknik *statistic one- sample Kolmogrov-Smirnov tes*. Uji normalitas sebaran dilakukan dengan analisis *Kolmogrof Smirnof*. Pada uji statistik tersebut jika diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,05 atau lebih ( $> 0,05$ ) maka data mengikut distribusi normal, dan jika probabilitas lebih kecil 0,05 ( $< 0,05$ ) maka data tidak mengikuti distribusi normal.

## HASIL PRNELITIAN

Hasil uji normalitas masing-masing variabel adalah : *Corporate social responsibility* (CSR)  $p=0,064$  ( $< 0,05$ ), *Subjective Well Being* (SWB)  $p = 0,119$  ( $< 0,05$ ), maka data mengikut distribusi normal. Hasil uji hipotesis berdasarkan hasil data yang telah dikumpulkan, didapatkan hasil koefisien korelasi  $r_{xy}$  0,570 dan signifikansi  $p = 0,000 < 0,01$  yang artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara variable CSR dan variable SWB. Berdasarkan nilai korelasi masing-masing variable diperoleh hasil korelasi  $r_{xy}$  0,570 untuk masing-masing variable. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu : Ada hubungan positif antara persepsi program *Corporate social Responsibility* (CSR) dengan *Subjective Well Being* (SWB) pada masyarakat di Desa X Yogyakarta terbukti dan dapat diterima karena didukung oleh hasil penelitian. Dari hasil nilai  $r_{xy}$  0,570 dapat diartikan bahwa sumbangan nilai persepsi program *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap *Subjective Well Being* (SWB) adalah sebesar 32,49% dan sisanya 67,51% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

## DISKUSI

Hubungan positif antara persepsi program *Corporate social responsibility* berkorelasi positif dengan *Subjective Well Being*. Apabila Semakin tinggi nilai persepsi program *Corporate social responsibility* maka akan semakin tinggi pula *Subjective Well Being*. Sebaliknya semakin rendah nilai persepsi program *Corporate social responsibility* maka akan semakin rendah pula *Subjective Well Being*. Hasil penelitian Andi Mapisangka (2009), dengan judul : Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat "PT. Batamindo Investment Cakrawala (PT. BIC)" di Batam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Menunjukkan hasil Variabel-variabel seperti



*corporate social responsibility goal*, *corporate social issue* dan *corporaterelation program* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Koefisien estimasi regresi linier berganda uji F menunjukkan nilai 70,101 dan signifikansi  $0,000 > 0,05$ . Berdasarkan pada hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa *corporate social responsibility goal* PT.BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat Batam. Hal ini terjadi karena secara konseptual program-program CSR perusahaan sudah diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan sosial seperti terungkap pada visi dan misi perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis tentang adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi program *Corporate social responsibility* dengan *Subjective Well Being* dapat diterima. Artinya adalah semakin tinggi nilai persepsi program *Corporate social responsibility* maka akan semakin tinggi pula *Subjective Well Being*. Sebaliknya semakin rendah nilai persepsi program-program *Corporate social responsibility* maka akan semakin rendah pula *Subjective Well Being*. Besarnya korelasi antara program *Corporate social responsibility* dengan *Subjective Well Being* adalah sebesar  $r = 0,570$  dengan  $p = 0,000 < 0,01$ . Dari hasil nilai  $r_{xy}$  0,570 dapat diartikan bahwa sumbangan nilai program *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap *Subjective Well Being* (SWB) adalah sebesar 32,49% dan sisanya 67,51% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berkaitan dengan hasil penelitian ini, maka peneliti mencoba merekomendasikan beberapa saran bagi subjek penelitian diharapkan agar lebih mampu dan berusaha agar selalu berfikir positif terhadap segala hal yang dihadapi agar dapat terus meningkatkan rasa kebahagiaan dalam hidup. Berusaha menentukan pilihan-pilihan tepat agar dapat mencapai finansial yang lebih baik. Menjalin hubungan dengan lingkungan sekitar dengan baik juga menjadi faktor penting, serta mampu bersikap positif untuk membuat keputusan terbaik. Bagi peneliti berikutnya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara *Corporate social responsibility* dengan *Subjective Well Being*, dapat dikembangkan pada lokasi yang berbeda dengan menggunakan variabel yang sama dan atau menggunakan lokasi yang lebih unik dan memiliki pengaruh penting bagi subjek yang diteliti. Selain itu dapat pula menggunakan variabel lain seperti partisipasi masyarakat, eksistensi perusahaan dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A. (2018) Pengaruh program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam perspetif ekonomi Islam: Studi pada implementasi CSR PT. Pertamina Geothermal Energy (PGE) Desa Pagar Alam dan Desa Ngarip Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.repository.radenintan.ac.id.
- Chahal, H. & Sharma, R.D. (2006). Implication of corporate social responsibility on marketing performance: A conceptual framework. *Journal of Services Research*. 6(1), 58-80.
- Darwin, SEC. (2008). *Green paper on the management of bio-waste in the European Union*. SEC European Commission 2936.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for national index. *American Psychology*. 55 (1), 34-43.
- Diener, E., Oishi, S. & Lucas, R.E. (2002). Personality, culture & subjective well being:

Emotional and cognitive evaluation of life. *An Annual Review Journal of Psychology*.

Diener, E. (2003). *Subjective well being in the European Union during the 90s*. European welfare production, 197-222,2003

Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kartini, D. (2013). *Corporate social responsibility: Transformasi, konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*. Bandung: Rafika Aditama.

Lee, Y. & McCormick, B. (2004). Subjective well-being of people with spinal cord injury: Does leisure contribute? *Journal of Rehabilitation*. 70(3), 5-12.

Mapisangka, A. (2009). *Implementasi CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat*. Universitas Negeri Malang. <http://fe.um.ac.id>

Nurhanifah, N. (2016). *Implementasi program kegiatan harian siswa dalam pembentukan karakter disiplin siswa di Homescoling Group SD Khoiru Ummah 41 Cimahi*. repository.unisba.ac.id

Puspitasari, M. (2005). Wealth and happiness: Emprical evidence from Indonesia. *Southeast Asian Journal of Economics*. 23 (1), 1-17, 2011.

Rubin, S.E., Miller, S.M., J.M. & Chapin, M.H., (2004). Psychometric validation of subjective well-being. *Journal Disability & Rehabilitation*. 26, (19), 1135-1142.

Seligman, M. (2002). From authentic happiness to well-being: The flourishing of positive psychology. *American Psychologist Association*. 55 (1), 5-14.

Suryabrata, S. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: Andi.

UU Perseroan Terbatas Pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007.